

целью достижения максимально возможного успеха в конкретной рыночной ситуации.

В основе цены КУП «Минский мясокомбинат» лежат затраты, связанные с производством товаров, так как цена должна обеспечивать как минимум их покрытие, если не стоят другие цели.

Ценовая политика КУП «Минский мясокомбинат» формируется под влиянием различных факторов внешней и внутренней среды. Большое влияние оказывают на ценовую политику КУП «Минский мясокомбинат» такие внешние факторы, как наличие эластичного по цене спроса, большого количества конкурентов, предлагающих аналогичную продукцию. На ценовую политику предприятия оказывают влияние также и внутренние факторы, такие как установление различных маркетинговых целей, главной из которых является завоевание определенной доли рынка.

В современных условиях от предприятия требуется использование гибкой ценовой политики, направленной на повышение конкурентоспособности продукции, увеличение объемов продаж, усиление позиций на рынке. Одним из инструментов гибкой ценовой политики являются скидки с отпускных цен. На КУП «Минский мясокомбинат» необходимо использовать следующие виды скидок: за объем приобретаемой продукции; при продаже продукции постоянным покупателям; за сокращение сроков оплаты за товары.

*А.И. Сапроненко
БГЭУ(Минск)*

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА БЕНЗИНОВ АВТОМОБИЛЬНЫХ

В этой работе рассматривается товарная продукция в виде автомобильного бензина, сферы ее применения и технологии производства.

Эта тема представляет для автора — будущего маркетолога — интерес, поскольку продвижение товаров и услуг невозможно без достоверной и всеобъемлющей информации о них, т.е. следует изучать каждый товар, охватывая все стороны его жизненного цикла.

Объектом исследования являются бензины автомобильные, так как топливная промышленность является одной из самых перспективных и динамичных в настоящее время. Постоянное ужесточение норм на содержание токсичных веществ в отработавших газах и повышение требований по улучшению топливной экономичности стимулируют исследования по созданию принципиально новых автомобильных двигателей с одновременным улучшением качества автомобильных бензинов, также отвечающих современным и перспективным требованиям по эксплуатационным и экологическим показателям. Производство

топлива (в данном случае бензина автомобильного), контроль качества, приемка, маркировка, транспортирование и хранение готовой продукции должны соответствовать определенным стандартам, которые регламентируются в ГОСТ.

Наряду с внедрением вторичных процессов переработки нефти (алкилирование, изомеризация и др.), позволяющих улучшить качество моторного топлива, значительное внимание уделяется разработке различных присадок и добавок, придающих моторному топливу такие свойства, в том числе и экологические, которые принципиально не могут быть достигнуты технологическими процессами производства топлива.

Вместе с тем эти факторы — необходимость экономии нефтяных ресурсов и улучшение эксплуатационных, и особенно экологических, свойств топлива — обуславливают поиски эффективных показателей получения и использования заменителей нефтяного топлива для автомобилей, получивших общее название альтернативных.

Также в работе определены потребительские свойства бензина автомобильного. При изучении и описании технологии его производства дана характеристика сырья, основных стадий производства, приведен анализ блок-схемы производства бензина автомобильного, выявлено влияние технологии сырья на качество продукции.

*Д.В. Соловей,
БГЭУ(Минск)*

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА НА РЫНКЕ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитая автомобильная промышленность позволяет обеспечить стране экономическую силу и независимость, является двигателем для развития технологий в различных отраслях экономики и способствует внедрению инноваций. Автобизнес выступает крупным источником поступлений в бюджет государства, способствуя этим решению проблем занятости населения. Это делает отрасль стратегически важной для экономики.

Прежде всего, возникает необходимость анализа рынка — изучения особенностей развития и факторов, влияющих на формирование спроса, по результатам чего и будет составлен прогноз спроса на автомобили до конца 2010 г.

В 2004 г. дилеры крупных автомобильных компаний продавали на белорусском рынке совсем около 4000 автомобилей в год. В основном ввозились подержанные автомобили, на них были установлены самые низкие таможенные пошлины. Практически весь рынок был серым, потому что пошлины для юридических лиц в разы превышали пошли-

130

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.
□□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.